



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Literatura dla młodego odbiorcy w polskojęzycznych zasobach sieciowych

Author: Katarzyna Tałuż

Citation style: Tałuż Katarzyna. (2009). Literatura dla młodego odbiorcy w polskojęzycznych zasobach sieciowych. W: K. Heska-Kwaśniewicz (red.), "Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980). T. 2" (S. 213-227). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Literatura dla młodego odbiorcy w polskojęzycznych zasobach sieciowych*

KATARZYNA TAŁUĆ

Internet jako najnowsze osiągnięcie technologiczne niesie ze sobą zarówno szanse na usprawnienie czy wzbogacenie wielu form ludzkiej aktywności, jak i zagrożenia, których źródło tkwi przede wszystkim w niewłaściwym wykorzystywaniu generalnie wszystkich zdobyczy techniki. Dzięki globalnej sieci komputerowej człowiek ma możliwość korzystania przede wszystkim z nieprzebranych zasobów informacji właściwie na każdy interesujący go temat. Internet współcześnie to także jedno z najpopularniejszych mediów komunikacyjnych. Wystarczy bowiem mieć dostęp do komputera oraz do sieci i o każdej porze można wysyłać (przyjmować) listy wraz załączonymi do nich plikami multimedialnymi lub, nie wychodząc z domu, prowadzić rozmowy ze znajomymi czy nawiązywać nowe kontakty interpersonalne. Za pośrednictwem Internetu dokonuje się też zakupów, załatwia wiele formalności, np. w instytucjach użyteczności publicznej, co wcześniej wymagało osobistego kontaktu klienta z urzędnikiem. Także inne środki masowego przekazu dostrzegły w globalnej sieci możliwości dalszego rozwoju. Dlatego w Internecie znalazły się książka, prasa, film, radio, telewizja. System WWW (World Wide Web) — najpopularniejsza usługa Internetu — jako system otwarty, a więc wolny w o wiele większym zakresie niż inne systemy od rozmaitych ograniczeń, np. cenzury; dynamiczny — nieprzerwanie się rozwija, udoskonala; demokratyczny, ponieważ jest dostępny dla wszystkich, niezależnie od wykształcenia, profesji, wieku, światopoglądu, i wreszcie jako system zapewniający dyskrecję, przełamuje wiele barier. Rozwój technologii informatycznych, w tym oczywiście i Internetu, zmienił a nawet zrewolucjonizował wiele obszarów ludzkiej działalności, co ostatecznie znalazło odzwierciedlenie w przemianach struktur społecznych i w powsta-

* Przy pisaniu tekstu wykorzystano informacje zamieszczone na portalach, stronach, witrynach internetowych z okresu od lipca 2007 do lutego 2008 roku.

niu społeczeństwa informacyjnego. Współcześnie sprawne funkcjonowanie każdej jednostki w społeczeństwie wymaga opanowania umiejętności korzystania z wielu narzędzi technologii informatycznej. Zagadnienia te są przedmiotem dyskusji specjalistów reprezentujących różne dziedziny naukowe, polityków, ludzi biznesu, a ich konkluzje znalazły się między innymi w Raporcie Unii Europejskiej z 1994 roku, który opracował Martin Bangemann, czy w ustaleniach konferencji Grupy G-7, mającej miejsce w Brukseli w 1995 roku, oraz w wystąpieniach uczestników wiedeńskiej konferencji *Edukacja medialna a epoka cyfrowa*, zorganizowanej w 1999 roku pod patronatem UNESCO. Jeden z postulatów pojawiających się w wymienionych dokumentach dotyczył wprowadzania do edukacji treści umożliwiających uczniom już na początkowych etapach nauki kontakt z nowoczesnymi mass mediami, hipermediami, opanowanie umiejętności sprawnego korzystania z nich oraz wypracowanie nawyku krytycznego i optymalnego zastosowania źródeł informacji. W Polsce problematyka związana z edukacją medialną pojawiła się w nowych programach kształcenia szkolnego, opracowanych w związku z reformą edukacji rozpoczętą w 1997 roku. Realizacji nowych założeń programowych towarzyszą ogólnopolskie akcje, np. „Interkl@sa”, „Internet w każdej gminie”, „Internet w gimnazjum”, mające na celu wyposażenie placówek szkolnych w pracownie komputerowe oraz zapewnienie stałego dostępu do sieci¹. Równocześnie wprowadzono system dokształcania pozwalający nauczycielom uzyskać niezbędne kwalifikacje do prowadzenia nowych ścieżek przedmiotowych. Technologie informacyjne XX wieku, przede wszystkim Internet, jak pisze Janusz Gajda, nadały edukacji nowy wymiar, głównie dzięki właściwie niczym nieograniczonemu dostępowi do nieprzebranych zasobów informacji². Swoboda i łatwość w korzystaniu z sieci wiążą się jednak również z licznymi niebezpieczeństwami, na jakie narażeni są zwłaszcza niedoświadczeni użytkownicy Internetu, np. dzieci. Na ten fakt w Polsce zwracają uwagę między innymi pozarządowe organizacje, jak Fundacja Dzieci Niczyje (<http://www.fdn.pl/index/>) czy Fundacja Kidprotect.pl (<http://www.kidprotect.pl/>)³. Pierwsza z wymienionych zainicjowała w 2004 roku ogólnopolską kampanię społeczną „Dziecko w sieci” (<http://www.dzieckowsieci.pl/>), mającą na celu uświadomienie dorosłym zagrożeń związanych przede wszystkim z aktywnością w sieci pedofilów. W ramach tej akcji realizowane są różne projekty, np. kon-

¹ Ogólnopolskie programy zmierzające do wdrożenia idei społeczeństwa informacyjnego są efektem prac, których podstawowe założenia zostały zawarte m.in. w uchwale Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z 14 lipca 2000 roku. Zob. *Cele i kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce. Warszawa, 28 listopada 2000 r.* http://kbn.icm.edu.pl/cele/index1.html#_Toc497631776; *Spółeczeństwo informacyjne. Doświadczenie i przyszłość.* Red. G. Bliźniuk, J.S. Nowak. Katowice 2006; *Strategie informatyzacji.* Red. Z. Szyjewski, J.S. Nowak, J.K. Grabara. Katowice 2006.

² J. Gajda: *Media w edukacji.* Kraków 2007, s. 142.

³ Fundacja Dzieci Niczyje została zarejestrowana w inicjatywy Aliny Margolis-Edelman w Warszawie w 1991 roku. Zajmuje się szeroko rozumianą pomocą dzieciom krzywdzonym i ich opiekunom. Kidprotect.pl to organizacja non-profit, założona w 2002 roku przez Jakuba Śpiewaka, zajmująca się zwalczaniem pornografii dziecięcej i pedofilii w sieci.

ferencje dla osób pracujących z dziećmi oraz młodzieżą, poświęcone problematyce bezpieczeństwa i zapobiegania wykorzystywaniu przez Internet młodych ludzi. Cennym przedsięwzięciem instytucji zaangażowanych w kampanię „Dziecko w sieci” jest uruchomienie (w 2005) serwisu „Hotline” (<http://www.hotline.org.pl>) oraz projektu „Helpline” (<http://www.helpline.org.pl>). Dzieci oraz młodzież mogą informować administratorów owych serwisów, albo za pośrednictwem strony internetowej, albo telefonicznie, o wszelkich niepokojących sytuacjach, w jakich się znaleźli podczas korzystania z sieci. Kolejna ważna inicjatywa to uruchomienie adresowanych do młodych ludzi serwisów przybliżających i tłumaczących zasady bezpiecznego korzystania z Internetu. Konieczność tego typu witryn potwierdziły badania, według których osoby od 7. do 19. roku życia tworzą grupę najczęściej korzystającą z zasobów globalnej pajęczyny, przy czym internauci w wieku od 7. do 14. lat wyróżniają się na tle całej badanej populacji dużą częstotliwością „wchodzenia” do Internetu — codziennie lub kilka razy w tygodniu. Grupa ta charakteryzuje się również, mimo posiadanej ogólnej wiedzy o potrzebie przestrzegania określonych zasad podczas serfowania, lekkomyślnością. Dzieci skłonne są bowiem do podawania obcym osobom swoich adresów e-mailowych, numerów telefonów oraz bardziej szczegółowych danych osobowych dotyczących też innych członków rodziny. Młodzi użytkownicy Internetu zgadzają się chętnie na proponowane przez poznane w sieci osoby spotkania, ale już w świecie rzeczywistym⁴. Zmianie owych niepokojących zachowań służy serwis „Sieciaki” (<http://www.sieciaki.pl>), który w przystępny, dostosowany do możliwości recepcyjnych młodych ludzi, i atrakcyjny sposób informuje o bezpiecznym oraz efektywnym poruszaniu się w Internecie. Na stronach witryny znajduje się również katalog stron polecanych, opatrzonych specjalnym certyfikatem sygnalizującym treści pozbawione wulgaryzmów, elementów seksu, przemocy, dyskryminacji⁵.

Biorąc pod uwagę nadawcę strony WWW, można wyróżnić następujące kategorie: rządowe, komercyjne, organizacje non-profit, prywatne⁶. Ze względu na stopień samodzielności mówimy o stronie samodzielnej, podporządkowanej częściowo oraz o *Kids' Corner*. Kategoria wieku czy zawartości nie stanowi jednoznacznego kryterium określającego typ witryny, ponieważ wiele serwisów czy stron zawiera części, których docelowymi odbiorcami są odpowiednio dzieci z różnych grup wiekowych, jak np. w serwisie „Sieciaki”. Hipermiedialność

⁴ Zob. raport pt. *Dzieci aktywne online*, opracowany na zlecenie Fundacji Dzieci Niczyje przez firmę Gemius SA, opublikowany w październiku 2007 roku: http://pliki.gemius.pl/Raporty/2007/Gemius_SA_Dzieci_aktywne_online.pdf; Ł. Wojtasik: *Dziecko w sieci*. „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 2005, nr 3, s. 32—36.

⁵ Katalogi polecanych młodym internautom stron znajdują się także pod następującymi adresami: <http://dzieci.polskie-strony.pl/index.html>; http://www.dzieci.org.pl/baza/dla_dzieci.php; <http://www.bezpiecznyinternet.org/?s=katalog&cat=2>

⁶ Zob. M. Różycka: *Strony internetowe dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2006, s. 50. W przyjętym podziale zrezygnowano z wymienionej przez M. Różycką kategorii: strony edukacyjne. Nazwa ta bowiem sugeruje zawartość treściową oraz przeznaczenie, a nie nadawcę.

Internetu znajduje bowiem odzwierciedlenie w wielofunkcyjności konkretnych witryn. Łączą one więc treści realizujące cele edukacyjne, wychowawcze oraz rozrywkowe. Oczywiście, twórca (nadawca) decyduje, w jakich proporcjach poszczególne dokumenty będą obecne na stronie, ale też, jak w wypadku żadnego innego współczesnego medium, musi uwzględnić oczekiwania samych odbiorców. Umożliwienie kontaktu z nadawcami, możliwość oceny zawartości serwisu to jeden z warunków dobrze zaprojektowanej strony internetowej. Oprócz wprowadzenia różnych form komunikowania z użytkownikiem (np. poczta elektroniczna, ankieta, Księga Gości), również użytkowników między sobą (np. forum), projektanci stron internetowych dla dzieci muszą zwrócić uwagę na wygląd innych elementów interfejsu. Kształt, kolor ikon, kursora, obecność animacji, plików dźwiękowych, wyszukiwarki, język komunikatów, wreszcie kompozycja całej strony decydują ostatecznie o powodzeniu lub fiasku przedsięwzięcia, co ma odbicie w liczbie internautów odwiedzających daną stronę lub zalogowanych (jeżeli taka opcja występuje) użytkowników.

Wśród polskojęzycznych serwisów, stron polecanych dzieciom i młodzieży część poświęcona jest popularyzacji tekstów literackich, przy czym wydaje się, że jeszcze nie w pełni wykorzystuje się możliwości Internetu w celu podniesienia poziomu czytelnictwa. Tymczasem, według badań, osoby często korzystające z sieci są również dosyć aktywnymi czytelnikami⁷. Omawiając obecność w Internecie tekstów zaklasyfikowanych do literatury pięknej, należy wspomnieć o aspekcie prawnym tego zjawiska. Legalne zamieszczanie kopii cyfrowych utworów literackich (i nie tylko literackich) wiąże się z koniecznością przestrzegania przepisów prawa polskiego, przede wszystkim respektowania praw autorских, oraz prawa unijnego⁸. Niestety, o tym fakcie twórcy stron często jeszcze zapominają.

Podczas analizy zasobów internetowych pominięto teksty literackie występujące tylko w wersji plików audio, a więc nie omawiano zagadnień związanych z audiobookami. Zrezygnowano również z prezentacji serwisów, stron adresowanych tylko i wyłącznie do dorosłych użytkowników sieci. Wyjątek uczyniono tutaj dla takich inicjatyw, jak biblioteki cyfrowe. Wspomniano także o innych ważnych projektach, których celem było udostępnienie w Internecie szerokiemu kręgowi odbiorców określonych zasobów tekstów literackich, składających się również z pozycji wpisanych do kanonu lektur szkolnych.

⁷ Zob. R. Zitzlsperger: *Nowe media i książka — opozycja czy uzupełnienie?* W: *Dziecko, książka, biblioteka*. Dobór tekstów i konsultacja merytoryczna G. Lewandowicz. Warszawa 1993, s. 70; M. Zajac: *Biblioteki a nowe media*. „Guliwer” 2000, nr 2, s. 79.

⁸ Materiały dotyczące przepisów prawnych obejmujących zasady funkcjonowania bibliotek, w tym cyfrowych, dostępne są na serwisie Elektroniczna Biblioteka <http://www.ebib.info/content/category/8/49/79/>

Biblioteki cyfrowe

W XXI wieku posiadanie przez każdą instytucję użyteczności publicznej witryny w postaci strony WWW jest oczywiste. Obecnie także biblioteki różnego typu informują za pomocą stron czy rozbudowanych serwisów o formach swojej pracy. Niektóre z nich, przede wszystkim centralne i naukowe, podjęły się digitalizacji zbiorów oraz udostępniania ich online. Liczba takich placówek, mimo trudności wynikających z braku narodowego programu digitalizacji, mecenatu państwa, dostatecznych środków finansowych, z roku na rok zwiększa się. Dokonując wyboru dokumentów przeznaczonych do cyfrowego kopiowania, biblioteki kierują się ich unikatowością, złym stanem zachowania, częstym wypożyczaniem przez czytelników oraz naukowym, kulturowym i dydaktycznym znaczeniem. Dlatego powstają kopie przede wszystkim cennych rękopisów, inkunabułów, starodruków, czasopism, materiałów dydaktycznych, będących podręcznikami, skryptami uczelnianymi, oraz zbiorów dotyczących historii danego regionu czy konkretnego miasta⁹.

Wśród tekstów udostępnionych online przez Bibliotekę Narodową w ramach Cyfrowej Biblioteki Narodowej Polona (<http://www.polona.pl/dlibra>) znajdują się publikacje adresowane do młodych odbiorców autorów z XIX i początku XX wieku, np. Zofii Bukowieckiej, Stanisława Jachowicza, Jadwigi Teresy Papi. Czytelnik kolekcji *Literatura dla dzieci i młodzieży* ma okazję zapoznać się z reprodukcją cyfrową umożliwiającą kontakt nie tylko z samym tekstem utworu, ale i z konkretnym jego wydaniem, nierzadko pierwodrukiem. Deklaracja zamieszczona na stronie informującej o założonym czytelniku zasobów Cyfrowej Biblioteki Narodowej, czyli o „każdym użytkowniku Biblioteki i Internetu”, jest sformułowana nieco na wyrost. Nawet bowiem internauta w wieku około 10 lat, który bez większych problemów korzysta z interfejsu dla dorosłych¹⁰, nie uzna witryny Polony za atrakcyjną dla siebie. Młodego użytkownika sieci zniechęci „statyczność” strony — brak animacji, zbyt mała czcionka komunikatów, a także sam sposób prezentowania publikacji. Zbiory Polony udostępniające „najważniejsze wydania tekstów literackich” mogą natomiast uatrakcyjnić naukę przedmiotów humanistycznych w starszych klasach gimnazjum oraz w szkole ponadgimnazjalnej. Korzystanie z zasobów tej biblioteki ułatwia przejrzysty interfejs, pogrupowanie pozycji w ko-

⁹ Zob. M. Kowalska: *Digitalizacja zbiorów bibliotek polskich*. Warszawa 2007, s. 249. Aktualną liczbę bibliotek dygitalizujących swoje zbiory oraz tych udostępniających zasoby cyfrowe online podaje Elektroniczna Biblioteka http://www.ebib.info/component/option,com_wrapper/Itemid,144/

¹⁰ Według J. Piageta dzieci w wieku od 7 do 11 lat potrafią klasyfikować rzeczy, myśleć logicznie, a więc dokonywać operacji konkretnych. Dlatego nie mają większych problemów z używaniem interfejsu stron adresowanych do dorosłego internauty. Zob. J. Piaget, B. Inhelder: *Psychologia dziecka*. Wrocław 1993.

lekcje opatrzone sprecyzowanym tytułem, wybór kilku metod wyszukiwania czy możliwość kontaktu przez e-mail. Inne biblioteki tworzące cyfrowe kopie swoich zbiorów i realizujące projekty mające na celu ich udostępnianie online biorą pod uwagę przede wszystkim dorosłego użytkownika sieci. Przyjęcie takiego założenia jest zrozumiałe, ponieważ wśród placówek uruchamiających zasoby cyfrowe przeważają biblioteki oraz instytucje naukowe specjalizujące się w obsłudze ściśle określonej grupy czytelników.

Oprócz bibliotek instytucjonalnych także inne podmioty podjęły inicjatywy zamieszczania cyfrowych kopii tekstów literackich w Internecie. Największym tego typu przedsięwzięciem było powołanie do życia Polskiej Biblioteki Internetowej (<http://www.pbi.edu.pl/index.html>) — jednego z punktów ogólnopolskiego projektu powszechnej informatyzacji „Nowoczesna Polska” z 2001 roku. Inicjatywa, której patronowały najwyższe organy rządzące oraz Komitet Badań Naukowych, od początku wywoływała kontrowersje. Krytykowano między innymi zasady doboru dokumentów przeznaczonych do cyfrowego kopiowania czy sposób opracowania już udostępnianych tekstów. Przyczyn niedociągnięć w funkcjonowaniu serwisu Polskiej Biblioteki Internetowej upatrywano przede wszystkim w braku ścisłej współpracy między informatykami a bibliotekarzami. Dzisiaj nie wiadomo, jak potoczą się losy biblioteki, której rozwój ściśle uzależniony jest od wysokości środków budżetowych przeznaczonych ogólnie na informatyzację kraju. Nie dotrzymano bowiem terminu przeniesienia do Polskiej Biblioteki Internetowej „wszystkich archiwalnych zasobów literatury polskiej”, wyznaczonego na rok 2008, a jeden z ostatnich komunikatów, jaki zamieścili realizatorzy projektu na stronie „Najnowsze wiadomości”, pochodzi z 6 kwietnia 2005 roku.

Pracownicy Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Gdańskiego w ramach projektu UNESCO „Biblioteka wirtualna klasycznych tekstów literatury świata” założyli „Wirtualną Bibliotekę Literatury Polskiej” (<http://univ.gda.pl/~literat/>), udostępniając online teksty literackie wolne od praw autorskich w dniu 1 września 1999 roku, reprezentujące różne epoki po 1939 roku. Zgodnie z zamierzeniami twórców biblioteki poruszanie się pomiędzy poszczególnymi częściami serwisu jest intuicyjne i nie sprawia problemów nawet początkującym użytkownikom Internetu. Ubogacenie tekstu elementami ilustracyjnymi oraz krótkimi biografiami autorów dzieł stanowi dodatkowy atut prezentacji, jednak bibliografia zamykająca każdy życiorys wymaga już uaktualnienia.

Teksty kanoniczne dla literatury polskiej, figurujące także w spisach lektur szkolnych, można odnaleźć w bibliotece cyfrowej serwisu naukowo-dydaktycznego poświęconego dawnej literaturze (www.staropolska.pl), którego redaktorem jest pracownik Instytutu Filologii Polskiej Akademii Pedagogicznej w Krakowie — Roman Mazurkiewicz. Każdy utwór zamieszczony w bibliotece, przygotowany jako hipertekst, opatrzone przypisami, notami, komentarzami oraz odsyłaczami (linki, hiperłącza) do innych serwisów, stron poruszających problematykę kultury staropolskiej oraz europejskiej od starożytności po XVII wiek. Serwis ten, dzięki

obszernym, rzetelnie przygotowanym materiałem, a także sposobowi prezentacji tekstów literackich, jest jednym z lepszych portali tematycznych, chętnie odwiedzanych zwłaszcza przez starszą młodzież.

Teksty tworzące „Wirtualną Bibliotekę Literatury Polskiej” znalazły się w serwisie „Literatura” na portalu Polska.pl (<http://literatura.polska.pl/>). Portal, pełniący funkcję internetowego przewodnika po Polsce, zawierający informacje mające świadczyć o aktywności Polaków jako społeczeństwa informacyjnego, jest administrowany przez Naukową i Akademicką Sieć Komputerową. Inicjatywa ta, o czym piszą sami twórcy, ma również charakter edukacyjny, a uruchomieniu serwisu „Literatura” towarzyszyła myśl o dostarczeniu nauczycielom i uczniom narzędzi ułatwiających i uatrakcyjnających prowadzenie oraz naukę przedmiotów humanistycznych. Teksty literackie, które można wyszukiwać, posługując się alfabetycznym spisem tytułów lub katalogiem tematycznym (epoki literackie), są zapisane w formacie PDF, a do ich odczytania niezbędny jest program Acrobat Reader w wersji 5. Zastosowany format umożliwia przechodzenie do konkretnych, interesujących czytelnika, fragmentów utworu, np. rozdziałów, scen, wierszy, co ułatwia lekturę zwłaszcza obszerniejszych dzieł. Każdy tekst opatrzono notą zawierającą krótką charakterystykę utworu wraz informacjami o dacie powstania lub pierwodruku. Czytelnik korzystający z serwisu ma możliwość wydrukowania tekstu, wysłania go pocztą elektroniczną lub polecenia innym zainteresowanym.

Uczeń, szukając lektur, może skorzystać z serwisów poświęconych konkretnym autorom, ponieważ często ich integralnymi częściami są swoistego rodzaju „biblioteki” zawierające cyfrowe kopie tekstów bohaterów wityn. Warto w tym miejscu wspomnieć o inicjatywie Zakładu Narodowego im. Ossolińskich, mającej na celu udostępnienie w formie elektronicznej wszystkich dzieł autora *Pana Tadeusza* (<http://www.oss.wroc.pl/mickiewicz/Adam.html>). Realizacja projektu opierała się na zaangażowaniu wszystkich internautów, którzy dobrowolnie opracowywaliby, w postaci dokumentu HTML, pliku dowolnego edytora tekstu lub pliku ASCII, wybrany utwór Adama Mickiewicza. Prywatne osoby, miłośnicy twórczości danego pisarza, często zakładają poświęcone im serwisy czy strony z pokaźnymi zbiorami utworów literackich (np. serwis Sławka Fydryka o Krzysztofie Kamiliu Baczyńskim: <http://www.baczynski.art.pl>).

Wskazując tylko na wybrane przedsięwzięcia związane z tworzeniem i udostępnianiem szerokim kręgom odbiorców cyfrowych zasobów literatury polskiej i tłumaczeń dzieł literackich na język polski (pełny ogląd tych zjawisk, ze względu na zachodzące nieprzerwanie zmiany w Internecie, jest niemożliwy), nie można pominąć jednego z najnowszych projektów skierowanych do uczącej się młodzieży. Serwis „Wolne lektury” (<http://www.wolnelektury.pl>), udostępniający utwory należące do domeny publicznej i wpisane do kanonu lektur szkolnych, powstał z inicjatywy Fundacji Nowoczesna Polska przy współpracy Biblioteki Narodowej oraz firmy Prokom Software SA. Poszczególne teksty w formatach HTML, ODT, TXT, PDF, opatrzone komentarzem, można bez spełniania jakichkolwiek warun-

ków przeglądać, kopiować oraz przysyłać innym osobom. Twórcy serwisu pragną przede wszystkim zmienić nastawienie uczniów do tekstów, których lektura kojarzy się tylko z przykrym obowiązkiem. Dlatego nie mniej ważnymi, niż sam tekst utworu, elementami witryny są zakładki prowadzące do not o autorach, epokach literackich, rodzajach, gatunkach i motywach literackich. Czytelnik z łatwością przechodzi do charakterystyki motywów lub odwrotnie. Może przeglądać teksty literackie pod kątem obecności w nich konkretnego motywu lub przynależności do danego gatunku czy epoki. Pomysł powstania tego typu serwisu oraz jego budowę należy ocenić wysoko i mieć nadzieję, że będzie systematycznie wzbogacany zarówno o nowe teksty, jak i funkcje.

Jednym z przedsięwzięć Instytutu Książki¹¹ było uruchomienie Centrum Informacji o Książce Dziecięcej i Młodzieżowej, mającego za zadanie organizację oraz wspieranie programów propagujących czytelnictwo wśród najmłodszych. Działania Centrum kierowane są przede wszystkim do osób pracujących z dziećmi — bibliotekarzy, nauczycieli, wychowawców, ale także do badaczy literatury dziecięcej i do rodziców. Z myślą też o tych osobach na stronie internetowej Instytutu w zakładce „Literatura polska. Fragmenty” zainteresowani mogą przeczytać wyjątki z tekstów adresowanych do młodych czytelników. Korzystanie z tej „biblioteczki” może jednak sprawić problemy, zwłaszcza osobom nieorientowanym w twórczości dla dzieci i młodzieży. Po pierwsze, fragmentów poszczególnych tekstów nie wyodrębniono spośród wyjątków utworów kierowanych do dorosłych czytelników. Po drugie, jedynym kryterium wyszukiwania urywków jest alfabetyczny spis tytułów, a o autorstwie konkretnego tekstu czytelnik dowiaduje się dopiero w momencie wyświetlenia danego wyjątku. Za wadę interfejsu strony należy również uznać brak możliwości bezpośredniego przechodzenia z zakładki z tekstem do informacji poświęconej autorowi, a znajdującej się w zakładce „Autorzy”. Osoby odpowiedzialne za administrowanie strony i umieszczanie na niej informacji nie wyjaśniły także generalnie kryteriów doboru tekstów, których fragmenty udostępniono internautom.

Warto też w tym miejscu wspomnieć o inicjatywie powołania do życia międzynarodowej biblioteki internetowej dla młodych czytelników — International Children's Digital Library (<http://www.icdlbooks.org/>). Pomysłodawczynią tego projektu była między innymi dr Allison Druin, pracująca na Uniwersytecie Maryland w Stanach Zjednoczonych. Zadanie tej biblioteki to, dzięki udostępnianiu dzieciom i młodzieży wartościowych książek z całego świata, uczenie tolerancji i zrozumienia dla innych kultur. W zbiorach tej biblioteki nie ma niestety publikacji w języku polskim.

Wszystkie wymienione tu wcześniej biblioteki cyfrowe oraz inne projekty, w ramach których udostępniono w Internecie dzieła literackie, również teksty zaliczane do literatury „osobnej”, właściwie nie uwzględniają potrzeb i oczekiwań

¹¹ Instytut Książki to instytucja, którą powołał do życia minister kultury. Działa od stycznia 2004 roku, a jej prace są związane przede wszystkim z popularyzacją czytelnictwa oraz literatury polskiej za granicą. Zob. informacje na stronie internetowej Instytutu <http://www.instytutksiazki.pl/>

młodych użytkowników sieci, zwłaszcza dzieci poniżej 11. roku życia. Świadczy o tym przede wszystkim wygląd interfejsów niedostosowany do możliwości recepcyjnych młodych internautów¹². Biorąc pod uwagę polskojęzyczne zasoby Internetu, trudno mówić obecnie o powstaniu czy realizacji projektu wykorzystującego na szeroką skalę najnowsze medium komunikacyjne jako narzędzie inicjacji literackiej dla grupy dzieci do mniej więcej 11. roku życia, czyli do rozpoczęcia nauki w gimnazjum.

Portale, serwisy, witryny komercyjne

Dla użytkowników sieci z tej kategorii wiekowej przeznaczone są różne serwisy, strony, których twórcy wyraźnie informują o założonym adresacie, albo sugeruje to sama konstrukcja interfejsu. Bez wątpienia najlepiej pod względem technicznym przygotowane są strony komercyjne — portali internetowych, wydawnictw, producentów różnych akcesoriów dla dzieci. Największe i najchętniej odwiedzane polskojęzyczne portale, jak Wirtualna Polska, Interia.pl, dostrzegły wśród najaktywniejszych użytkowników zasobów sieciowych dzieci i specjalnie dla nich stworzyły serwisy. Interia.pl uruchomiła dwa: „Dzieciaki” (<http://dzieciaki.interia.pl/>) oraz „Wyspa dzieci” (<http://wyspadzieci.interia.pl/>) adresowane do dzieci w wieku od 6 do 10 lat, ale też i do tych, które jeszcze nie rozpoczęły nauki w szkole. Drugi serwis proponuje młodym internautom lekturę krótkich opowiadań i wierszyków o charakterze poznawczo-dydaktycznym, przybliżających np. pojęcia związane z upływem czasu. Podobne funkcje, czyli edukacyjno-rozrywkowe, ma pełnić serwis Wirtualnej Polski — „Dzieci.pl” (<http://dzieci.wp.pl/>). Jedną z jego części pt. „E-szkoła” ma dział „Czytelnia”, w którym posegregowano zamieszczone teksty w grupy, np. Wiersze, Świąteczne historie, przy czym niektóre z nich to fragmenty książek z aktualnej oferty handlowej oficyn specjalizujących się w wydawaniu literatury dla dzieci i młodzieży, np. „Naszej Księgarni”. Administratorzy serwisów wprowadzenie tekstów literackich rzadko traktują jako element działań o szerszym zakresie, element zakładający interakcję odbiorcy. W związku z utworem literackim najczęściej pojawia się tylko prośba o ocenę, a ankietowany dysponuje dwiema odpowiedziami: „tak” lub „nie”. Ogłaszane natomiast konkursy zazwyczaj dotyczą pozycji będącej nowością w asortymencie wydawniczym danej oficyny, a więc stanowią część kampanii reklamowej mającej na celu wypromowanie

¹² Zagadnienie wyglądu stron uwzględniających możliwości recepcyjne dzieci w określonym wieku omawia M. Różycka: *Strony internetowe dla dzieci i młodzieży...*, s. 35—39.

konkretnego produktu — tytułu — co z kolei przełoży się na wymierny zysk ze sprzedaży książki. Podobną funkcję pełnią strony o autorach, tytułach czy bohaterach, tworzone przez wydawców. Profesjonalne witryny odpowiadające na oczekiwania młodych odbiorców, a więc wzbogacone animacją, dźwiękiem, elementami zabawy, umożliwiające kontakt nie tylko z osobami redagującymi stronę, ale też z rówieśnikami ją odwiedzającymi czy z samym autorem, są przykładem przemysłanych i dopracowanych w szczegółach działań marketingowych. Jednocześnie zapowiadają nowy etap, inną jakość w obiegu książki dziecięco-młodzieżowej, wskazującą na kolejną formę funkcjonowania konkretnego tytułu, na którą w dużym stopniu wpływ ma sam czytelnik¹³. Możliwości tkwiące w Internecie, przede wszystkim jego multimedialność, popularność tego medium wśród młodych ludzi oraz poczucie anonimowości, tak ważne przy wyrażaniu opinii na dany temat, wykorzystują zwłaszcza duże, sprawnie działające wydawnictwa. „Nasza Księgarnia” za pośrednictwem w różnym stopniu rozbudowanych stron prezentuje na raz kilka tytułów, zawsze jednak znajdujących się w aktualnej ofercie. Na przełomie 2007 i 2008 roku reklamowano w interesujący sposób cykl książek Justina Sompera *Wampiraci* (<http://www.wampiraci.pl/>). Internauta na stronie poświęconej tym pozycjom może przeczytać fragmenty powieści, zapoznać się z notką o autorze, pobrać tapety nawiązujące do treści poszczególnych części cyklu, zagrać w grę oraz obejrzeć film ze spotkań autorskich. Zamieszczone linki prowadzą natomiast do strony angielskojęzycznej i do bloga Sompera. Równie atrakcyjną, multimedialną oprawę ma strona poświęcona książkom Beatrice Masini, tworzącym cykl pt. *Różowe baletki* (<http://www.rozowebaletki.pl/>). Poszczególne elementy, czyli kolorystyka, w której dominuje róż, pliki dźwiękowe z muzyką taneczną; kształt ikon, czcionek, wzajemnie się uzupełniają, tworząc integralną całość w stylistyce baśniowej czy romantycznej. Tak przemyślana budowa nawiązuje do treści książki i jednocześnie wskazuje na docelową grupę odbiorców serii — dziewczęta w wieku od 9 do 14 lat. Podobną strategię marketingową stosują inni wydawcy, np. Wydawnictwo Literackie, promując książki Stanisława Pagaczewskiego o przygodach Baltazara Gąbki (<http://baltazar-gabka.pl/>); Firma Księgarska Jacek i Krzysztof Olesiejuk, oferująca serię powieści Ulissesa Moora (<http://ulyssesmoore.pl/>); Egmont, który wprowadza na rynek polski książki niemieckiej pisarki Cornelli Funke (<http://corneliafunke.pl/>), czy Media Rodzina, zachęcająca do kupna kolejnego tomu przygód Harry’ego Pottera lub książeczek o zabawnym Panu Kuleczce (<http://pankuleczka.pl/>). Internauta, wchodząc na wymienione strony, ma okazję zapoznać się z wybranymi, dokładne wyselekcjonowanymi, fragmentami proponowanych tytułów (również w postaci plików dźwiękowych), które intrygują, skłaniają do dłuższego pozostania na stronie, a ostatecznie do nabycia książki czy innych produktów z nią związanych. Niektóre wydawnictwa tworzą także strony niepodporządkowane w wyraźny sposób działaniom marketingowym. Autorzy wi-

¹³ Zob. M. Zając: *Internet rządzi. O sieciowej promocji książek dla starszych dzieci*. „Biblioteka Analiz” 2006, nr 12, s. 17—19.

tryn rezygnują wówczas z komunikatów nakłaniających do zakupu konkretnego tytułu, a koncentrują uwagę odbiorcy na treści utworu. Przykładem takiego rozwiązania może być strona Wydawnictwa Prószyński i Spółka, umieszczona pod adresem <http://www.bajka.pl>, zawierająca w ośmiu rozdziałach 38 tekstów gatunkowo odpowiadających baśni, podaniu. Tytuły działów, np. *Diabły i anioły*, *Królewny i królewicze*, sugerują tematykę poszczególnych utworów. Interfejs strony nie sprawia problemów w poruszaniu się po niej, ale też i ona sama, oprócz tekstów i możliwości napisania e-maila, nic więcej odbiorcy nie oferuje, a tym samym na tle witryn o charakterze *stricte* komercyjnym wygląda nieatrakcyjnie.

Wizytówki w postaci stron internetowych mają także wydawcy czy właściciele tytułów prasowych. Cechą charakterystyczną witryn poświęconych konkretnym tytułom, zwłaszcza tym dla młodszych — poniżej 10. roku życia — dzieci, jest brak jednoznacznego profilu. Twórcy, zdając sobie sprawę z istnienia pośrednika w kontakcie dziecka z czasopiśmem, czyli osoby dorosłej, starają się wpisać owego podwójnego adresata w schemat strony. Prowadzi to często do stylistycznego rozchwiania, mającego odzwierciedlenie w łączeniu elementów do siebie nieprzystających, np. czcionka komunikatów kierowanych do dzieci jest taka sama jak czcionka treści dla dorosłych¹⁴. Witryny te spełniają więc przede wszystkim funkcję reklamy — zachęcają do kupna aktualnego oraz archiwalnych numerów pisma. Redakcje czasopism powstałych — zgodnie z deklaracjami o charakterze i przeznaczeniu tytułu — po to, aby popularyzować czytelnictwo, także rzadko na swoich stronach internetowych zamieszczają teksty literackie. Wyjątkiem na tle witryn internetowych czasopism są strony pism religijnych. Tytuły katolickie, jak: „Mały Gość Niedzielny” (<http://www.maly.gosc-niedzielny.pl/>), „Mały Przewodnik Katolicki” (<http://www.urwisy.pl/>), „Promyczek Dobra” (<http://www.promyczek.com.pl/>), przedstawiają na rozbudowanych witrynach, oprócz treści tworzących aktualny numer, wiele innych tekstów, też literackich, i to nie funkcjonujących w tradycyjnej (drukowanej) wersji czasopisma. Strony internetowe proponują także większą porcję rozrywki, umożliwiają kontakt czytelników z redakcją, a postulaty młodych internautów niejednokrotnie wpływają na tematykę materiałów pojawiających się przy okazji następnych aktualizacji. Witryny czasopism katolickich nie eksponują aspektu komercyjnego. Wynika to z systemu wartości, a co z tym się wiąże — z antropologiczno-etycznego modelu człowieka, wpisanego w treści tworzące konkretne pismo oraz jego internetową wizytówkę. W przestrzeni moralnej bohatera kreowanego przez te media obecny jest teocentryzm oraz personalizizm, a więc sfera świata nadprzyrodzonego przeplata się z obszarem wartości dotyczących człowieka, ale

¹⁴ Na stronie „Świerszczyka” (<http://www.swierszczyk.pl>) we wszystkich komunikatach tekstowych zastosowano taką samą czcionkę, zbyt małą i niewyraźną dla docelowego adresata pisma, czyli dla dziecka w wieku około 8 lat. Strona dwutygodnika „Miś”, mimo elementów graficznych nawiązujących do stylistyki pisma w wersji drukowanej, adresowana jest do dorosłych. Także część z obrazkami do kolorowania wymaga przy korzystaniu obecności osoby dorosłej.

w ujęciu chrześcijańskim. W zakres ten wchodzi również dobra hedonistyczne, przy czym preferowane są formy rozrywki wymagające jednak pewnego wysiłku, zaangażowania i przynoszące oprócz przyjemności pożytek¹⁵. Służą temu między innymi wydzielone działy z rebusami, krzyżówkami, puzzlami oraz propozycjami zabaw grupowych. Uwagi dotyczące stron internetowych czasopism katolickich można odnieść również do witryn wydawnictw o tym samym profilu. Technicznie dopracowane, uwzględniające potrzeby i możliwości recepcyjne młodych odbiorców, oferują wiele rozmaitych treści, w tym i teksty literackie. Interesująco pod tym względem przedstawia się strona Dobrego Pasterza (<http://www.pasterz.pl/>), na której zamieszczono opowieści ze Starego Testamentu, nawiązujące do najbardziej znanych epizodów biblijnych, np. o stworzeniu świata, o Jonaszu. Wydawnictwo diecezji tarnowskiej „Promycek Dobra” wykorzystuje natomiast nośną i cieszącą się popularnością formę przekazu — komiks (fotostory), propagując określone wzory zachowań.

Serwisy firm i instytucji niezwiązanych bezpośrednio z handlem, nawet te uruchamiające osobne witryny dla młodych internautów, rzadko całkowicie rezygnują z aspektu komercyjnego. Publikowany zazwyczaj fragment utworu stanowi swobodnego rodzaju kryptoreklamę zachęcającą do zapoznania się z całością tekstu, ale pod warunkiem zakupu książki. Owym fragmentom niejednokrotnie towarzyszą recenzje, zazwyczaj jednak podnoszące walory danej pozycji. Tego typu prezentacja książek występuje np. na serwisie „Reporter Junior” (<http://junior.reporter.pl/>)¹⁶. Po wejściu na podstronę „Książki” pojawia się katalog informujący o zawartości tego działu — artykuły o pisarzach i ich twórczości, recenzje, też autorstwa młodych czytelników, przeważnie tytułów znajdujących się aktualnie na rynku księgarskim oraz fragmenty konkretnych książek. Fakt współtworzenia serwisu przez młodych ludzi nie zacierza jednak obecności czynnika promocji, charakterystycznego dla reklamy, tym bardziej że prezentowane są przede wszystkim nowości wydawnicze, a wśród instytucji wspierających działanie serwisu znajdują się duże wydawnictwa, np. „Nasza Księgarnia”.

Kryptoreklama oraz zabiegi autopromocyjne nie są obce również twórcom witryn prywatnych, często zawodowo pracującym z dziećmi. Początkujący pisarze, wydawcy, którzy nie współpracują z już funkcjonującymi na rynku oficynami, wykorzystują Internet, aby zaprezentować swoje pomysły, twórczość¹⁷. Osobną grupę tworzą strony prywatne pisarzy mających znaczący dorobek. Witryny te służą indywidualizacji, wyróżnieniu się spośród grupy twórców przypisanych do danego wydawnictwa. Chociaż autorzy dysponują z pewnością mniejszymi środkami

¹⁵ Zob. P.T. Nowakowski: *Modele człowieka propagowane w wybranych czasopismach młodzieżowych. Analiza antropologiczno-etyczna*. Tychy 2004, s. 178—180.

¹⁶ Serwis „Reporter Junior” uruchomili 1 czerwca 2000 roku twórcy serwisu informacyjnego Reporter.pl

¹⁷ Strona Anny Wojdeckiej: www.wiersze.booo.pl/?show=wiersze_liryczne&nr=933-17k; strona Elizy Doleckiej i Barbary Bielawiec: <http://elizadolecka.pl/>

finansowymi, to ich internetowe wizytówki czasami nie ustępują pod względem technicznym prezentacjom dużych oficyn, a nawet mają nad nimi pewną przewagę. Bezpośrednie zwroty do czytelnika, opis zmagania przy pisaniu poszczególnych rozdziałów, przy kreowaniu bohaterów zmniejszają dystans między autorem a czytelnikiem. Wytworzeniu atmosfery familiarności służą także kierowane pod adresem dzieci zachęty do współtworzenia kolejnych książek. Internauci wyrażają bowiem swoje opinie nie tylko na temat już wydanych pozycji, ale nadsyłają także propozycje, np. co do dalszych losów bohaterów. Młodzi użytkownicy sieci równie chętnie komentują wygląd strony, podpowiadając sposoby jej uatrakcyjnienia. Autor uważnie czytający takie opinie, w miarę szybko może reagować, próbując pogodzić oczekiwania i preferencje dzieci z celami, jakie sam pragnie przez swoją twórczość osiągnąć¹⁸.

W dobie kultury masowej literatura czy książka dla młodego odbiorcy niejednokrotnie traci swoje immanentne cechy, stając się produktem totalnym¹⁹. Doskonale to zjawisko ilustrują witryny internetowe firmy Disneya (<http://disneyzone.host.sk/>). Dzięki hipermedialnym właściwościom sieci wyznaczniki prezentowanych produktów, jak: globalność, wysoki stopień standaryzacji, intermedialność, dodatkowo są uwypuklone. Linki, interaktywne zabawy, fragmenty filmów, animacje zacierają zarówno granice między konkretnymi formami produktu — filmem, książką, grą komputerową, komiksem — jak i chronologię pojawiania się ich na rynku. Działania takie, biorąc pod uwagę aspekt komercyjny zjawiska, przekładają się na wzrost nakładów poszczególnych wersji książkowych produktu, co można traktować jako formę upowszechniania literatury oraz czytelnictwa. Należy jednak pamiętać o tym, że produkt totalny nierozzerwalnie łączy się z uniformizacją, a więc z zapewnieniem odbiorcy treści nieskomplikowanych, niewymagających większego wysiłku intelektualnego i dostarczających przede wszystkim rozrywki. Podejście traktujące książki dla młodego czytelnika czy teksty literackie do niego adresowane jako towar charakteryzuje zwłaszcza firmy zajmujące się sprzedażą produktów różnego asortymentu. Na stronie zatytułowanej „Kraina Malucha” sieci sklepów Real umieszczono pliki mp3 z bajkami, kołysankami obok reklam innych produktów, przeznaczonych np. do pielęgnacji niemowląt. Forma udostępniania plików zakłada interakcję osoby dorosłej (pośrednika) i to ona właśnie ostatecznie decyduje o dostępie dziecka do konkretnego dobra, tutaj do baśni, piosenki.

¹⁸ Strona Marioli Jarockiej: <http://bajkowo.webpark.pl/>; strona Ryszarda Antoniszczaka: http://vido.net/miki_mol/; strona Wiesława Drabika: <http://www.bajeczki.net/>

¹⁹ O koncepcji produktu totalnego w odniesieniu do kultury masowej dla dzieci pisze M. Zając: *Promocja książki dziecięcej*. Warszawa 2000, s. 163—175.

Serwisy, witryny rządowe, organizacji non profit

Umieszczenie na konkretnych stronach fragmentów książek kierowanych do czytelnika dziecięco-młodzieżowego czy pojedynczych utworów często służy realizacji zadań wpisanych w szerzej zakrojone programy, których część stanowi kampania medialna. Współcześnie zwłaszcza duże miasta, aby z jednej strony dokładnie i wszechstronnie informować swoich mieszkańców o lokalnych wydarzeniach, a z drugiej przyciągnąć turystów, dbają o atrakcyjność oraz regularne aktualizowanie serwisów i stron. Godnym podkreślenia zabiegiem jest tworzenie przez urzędy miast osobnych stron dla młodego internauty. Witryny takie uruchomiły między innymi urzędy miast Warszawy ([http://www.dziecieca.warszawa.pl./](http://www.dziecieca.warszawa.pl/)) i Krakowa (<http://www.krakow.pl/dladzieci/>). Interesujące rozwiązania graficzne, multimedialność, redakcja zamieszczonych tekstów, dostosowana do wieku potencjalnych czytelników, to cechy zachęcające do regularnego odwiedzania omawianych stron. Do materiałów poszerzających wiedzę o Warszawie, a także dostarczających rozrywki, włączono legendy, wyjaśniające np. nazwy konkretnych miejsc, przybliżające zwyczaje charakterystyczne dla stolicy. Rebusy, łamigłówki, gry nawiązują również do znanych opowieści czy postaci baśniowych — ułożone puzzle odkrywają przed dziećmi obrazek ze smokiem wawelskim, w proponowanej grze zręcznościowej internauta wciela się w postać Mistrza Twardowskiego, łapiącego ducha swojej żony.

Teksty literackie, jeżeli w ogóle występują, na witrynach tworzonych przez instytucje państwowe oraz organizacje non profit, stanowią najczęściej element uatrakcyjniający stronę lub dopełniający treści o innym charakterze. Taką rolę tekst literacki odgrywa np. na stronach programów emitowanych przez telewizję publiczną²⁰. Literatura służy również osiągnięciu konkretnych celów wpisanych w program placówek edukacyjnych. Dlatego na witrynach, np. przedszkoli, pojawiają się pojedyncze teksty lub dosyć bogate „biblioteczki” utworów uznanych pisarzy, utworów wykorzystywanych w kształceniu literackim dzieci najmłodszych. Interfejs takich witryn niejednokrotnie spełnia warunki dobrej strony internetowej dla dzieci, dzięki czemu młodzi internauci mogą z niej korzystać bez większej pomocy osoby dorosłej²¹. Bogaty zbiór tekstów wierszowanych, autorstwa między innymi Jana Brzechwy, Marii Konopnickiej, Lucyny Krzemienieckiej, Hanny Łochockiej, został umieszczony na stronie „Misie” (<http://www.misie.com.pl/>), której powstanie zainicjowali pracownicy przedszkola nr 12 w Chorzowie. Uruchomienie biblioteki tekstów literackich dla dzieci i młodzieży, dostępnej online, ma w planach Fundacja Dzieci OnLine. Na swojej stronie nie zamieściła jednak szerszej in-

²⁰ Strona programu *Budzik*: <http://ww2.tvp.pl/3966/dzialy>

²¹ Strona przedszkola nr 1 w Płońsku: <http://przedszkole1.republika.pl/>

formacji o sposobie prezentowania utworów, kryterium wyboru czy przybliżonym terminie uaktywnienia tej funkcji (<http://www.dzionline.pl/Biblioteka/>).

Strony prywatne

Młodzi internauci mogą się zapoznać z tekstami literackimi, zaglądając na strony osób prywatnych, których fascynacja konkretnym pisarzem czy utworem skłoniła do uruchomienia na ten temat witryny²². Innym powodem powstania stron z utworami adresowanymi do młodego odbiorcy jest miłość do dziecka. Rodzice lub inne osoby z najbliższego dziecku otoczenia dokumentują w ten sposób nie tyle upodobania literackie swoich pociech, ile własne zabiegi wychowawcze. W większości strony z tej grupy nie uwzględniają potrzeb młodego użytkownika sieci. Mimo deklaracji o potencjalnym adresacie, wśród których figurują również dzieci, to witryny te są raczej wyrazem indywidualnych upodobań twórców, co też odzwierciedla stylistyka interfejsu. Na stronach z tej grupy zamieszczane są przeważnie utwory wierszowane, na co wpływ z pewnością mają również mniejsze problemy techniczne związane z połączeniem tekstu z innymi elementami strony, tak aby całość wydała się odbiorcy atrakcyjna²³.

Instytucje zainteresowane dziećmi oraz młodzieżą jako odbiorcami dóbr kultury wykorzystują sieć, by wzbudzić zainteresowanie tej grupy publiczności swoją działalnością. Służą temu prezentacje multimedialne, promujące między innymi literaturę czy szerzej — książkę dla młodego czytelnika. W zależności od rodzaju instytucji, charakteru jej pracy eksponowane są różne aspekty owych przedsięwzięć promocyjnych, od komercyjnego po edukacyjny i wychowawczy. Formami popularyzującymi książkę są również witryny osób prywatnych, które zamiłowaniem do literatury pragną podzielić się z innymi. Biorąc pod uwagę możliwości, jakie stwarza Internet, oraz fakt niesłabnącej popularności tego medium wśród młodych ludzi, należy przypuszczać, że w przyszłości pojawią się projekty pilotowane zwłaszcza przez instytucje statutowo do tego powołane, np. biblioteki, których głównym celem będzie nie tylko udostępnianie online tekstów literackich w odpowiedniej, dostosowanej do poszczególnych kategorii wiekowych, oprawie, ale również propagowanie szeroko rozumianego czytelnictwa.

²² Strona Krzysztofa Maciejewskiego poświęcona *Malemu księciu* A. de Saint-Exupéry'ego: <http://www.malyksiazke.art.pl/>; strona o książkach T. Jansson z cyklu o Muminkach: <http://www.momins.prv.pl/>; strona poświęcona baśniom J.C.H. Andersena: <http://basnie.republika.pl/>

²³ Przykładowe strony: <http://gabrysia2006.republika.pl/>; <http://www.icons.com.pl/ewa/piosenki.htm-34k>; <http://www.ewa.bicom.pl/dzieci/>